

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Singkat Harian Pekanbaru Pos Pekanbaru**

Pada tahun 1998 Pekanbaru Pos masih bernama Utusan, saat itu masih berbentuk tabloid mingguan yang bertemakan Koran 2000 nama Koran Utusan dirubah menjadi pedesaan. Satu tahun kemudian, tahun 1999 tabloid mingguan dirubah menjadi Koran Harian, namun namanya masih Masuk Desa (KMD). Sasaran pembacanya adalah masyarakat. Pada tanggal 1 Juni tetap Utusan, karena minat pembacanya semakin meningkat Harian Pekanbaru Pos oleh manajemen perusahaan.

Awal berdirinya Harian Pagi Pekanbaru Pos, adalah untuk menghindari kejenuhan masyarakat terhadap berita politik yang tidak pernah usai. Menyadari demikian timbullah inisiatif dari manajemen Riau Pos Group (RPG) untuk mendirikan sebuah media informasi yang khusus membahas tentang wajah koran murni Pembangunan yang terjadi di Riau, karena Koran Pekanbaru Pos di bawah kekuasaan Riau Pos Group maka kantor sekretariatnya pada saat itu di samping Riau Pos yang terletak di Jalan Raya Pekanbaru-Bangkinang Km 10,5 Pekanbaru. Nama Pekanbaru Pos diambil dari nama tempat yang menjadi komunitas *news paper* (koran perkotaan), dengan sumber berita diperoleh dari polisi, jaksa, pengacara, DPRD, eksekutif, korban, pelaku, akademisi, tokoh masyarakat, LSM, dan lain sebagainya, dengan prosedur pemberitaan standar atau seperti surat kabar

lainnya. Pembaca Pekanbaru Pos sudah tersebar hampir di seluruh Kabupaten dan Kota di Riau, antara lain Indragiri Hilir, Indragiri Hulu, Kampar, Pelalawan, Siak, Bengkalis, Dumai, dan Kuansing.

Pekanbaru Pos turut serta dalam mengawasi pembangunan daerah melalui berita-berita yang actual karena kegunaan media massa adalah memberikan informasi yang sebenarnya agar masyarakat tahu tentang pembangunan daerahnya

Karena dewasa ini banyak media yang hanya mengedepankan tentang pencitraan para pemimpinnya dan kriminalitas yang terus berkembang di masyarakat umum tanpa tabu lagi maka pekanbaru pos lebih mengedepankan berita tentang pembangunan yang terjadi baik di riau daratan maupun di riau kepulauan

*Pekanbaru Pos* merupakan salah satu koran daerah yang di bawahi oleh riau pos Dengan moto . Kehadiran Pekanbaru Pos ikut menambah deretan media yang sebelumnya telah terbit dan mendapat tempat di mata publik Pekanbaru, seperti Harian Riau Pos, Genta, Metro Riau dan Haluan Riau.

Harian Pekanbaru Pos membawa warna baru pada dunia pers di Riau, harian ini menawarkan konsep *Easy reading* pada pembacanya, tampil dengan tujuh kolom secara dinamik, yang dilengkapi dengan sajian visual, berupa foto dan grafis yang dominan. Sehingga membuat Pekanbaru Pos turut meramaikan persaingan industri surat kabar di kota Pekanbaru ([www.spsindonesia.org](http://www.spsindonesia.org))

Pada masa rintisan/ sebelum terbit, wartawan Pekanbaru Pos banyak mendapatkan tantangan berat. Beberapa narasumber enggan diwawancarai

lantaran mengaku sering diwawancarai namun tidak pernah melihat hasilnya di media. Bahkan tak jarang wartawan dicemooh sebagai wartawan Tanpa Surat Kabar. Maka tak jarang, wartawan Pekanbaru Pos memakai identitas sebagai wartawan Pekanbaru Pos Pekanbaru,

Cita-cita untuk menjadikan Pekanbaru Pos sebagai media yang profesional tidaklah main-main. Demi menunjang hal tersebut Pekanbaru Pos mengadakan training khusus/ pelatihan khusus bagi calon wartawan Pekanbaru Pos Pekanbaru. Pelatihan bagi wartawan hingga menjelang terbit 18 April 2007. Pelatihan untuk mencetak wartawan-wartawan profesional sesuai dengan konsep ala Persda tersebut dibimbing oleh Uki M Kurdi dan Dahlan.

Hampir enam bulan para kru Pekanbaru Pos melakukan penjajakan narasumber, melakukan pengumpulan data sebanyak-banyaknya dan pengenalan wilayah. Penjajakan wartawan terhadap tokoh-tokoh politik, pejabat, dan pengusaha terus dilakukan. Hasil liputan kemudian diedit, dilayout, diprint dengan kertas A3 lalu hasilnya dipajang di dinding. Hasil tersebut dikomentari dan dinilai sebagai sebuah proses evaluasi yang dilakukan setiap hari, (*www.Pekanbaru Pos.com*)

Pekanbaru Pos juga menempatkan wartawannya di berbagai daerah. Hal ini dilakukan untuk survey singkat di seluruh kabupaten dan kota di Riau. Perusahaan bertekad untuk merebut peluang pasar media di Riau, dengan menempatkan wartawan/ tim survey di 12 kabupaten dan kota.

Kabar akan terbitnya Pekanbaru Pos sebenarnya telah tersiar satu bulan sebelumnya. Beberapa tokoh dan pejabat Riau (Riau) berminat mengukir sejarah sebagai pelanggan pertama. Sehari menjelang terbit Hari Selasa, 30 Mei 2000 malam, enam jam sebelum terbit, spanduk-spanduk menyambut kehadiran harian ini, ratusan spanduk berdiri, dan berkibar di perempatan dan di pinggir-pinggir jalan Pekanbaru. Spanduk tersebut sangat percaya diri dan terkesan menyindir pesaingnya ; Pekanbaru Pos Bandingkan Beritanya, Bandingkan. Spanduk tersebut seolah menabuh genderang perang kepada media yang telah lama eksis di Riau dalam hal ini Harian Riau Pos yang merupakan Jaringan dari Perusahaan Media dengan Jaringan Terbanyak di Indonesia di bawah naungan Jawa Pos Grup dengan Arsiteknya Dahlan Iskan yang juga anak emas Pemprov.

Edisi perdana yang banyak menyedot perhatian pembaca yaitu saat menurunkan liputan dua halaman penuh melalui rubrik ” Limbah RAPP masih sesuai batas toleransi? ” Materinya berisi sisi lain hasil penelitian limbah yang dilakukan tiga laboratorium yang di tunjuk Bapedasda Riau apakah benar menunjukkan limbah RAPP masih bisa di katakan sesuai toleransi atau tidak. Hal ini merupakan pemberitaan yang sport jantung baik buat perusahaan RAPP maupun Pemprov Riau karena real dan tidak di tutup-tutupi. (Pekanbaru Pos : *cetakan pertama 1 Juni 2000*)

Respon positif semakin memuncak saat Pekanbaru Pos terus melakukan pemberitaan secara independen dari tahun ke tahunnya tanpa banyak tampuran pencitraan. Setelah itu respon positif lainnya terus bermunculan. dengan format *easy reading*, Pekanbaru Pos menjadikan sepak bola (olahraga) sebagai

rubrikasi unggulan. Tak ketinggalan rubrik bumi lancang kuning, pekan life, andalas, Dumai region ,bisnis, serta rubrik metropolitan.

Sebagai bagian dari koran kota (*city news paper*), Pekanbaru Pos juga memiliki rubrik yang berisi keluhan masyarakat akan penyelenggaraan pelayanan publik. Tidak hanya itu, harian ini juga ikut menampilkan jawaban atas keluhan yang ada secara bersamaan. Dalam ranah jurnalistik, hal ini telah sesuai dengan tanggung jawab pers sebagai forum publik (Bill Kovach : 2004). dengan penampilan seperti itu Pekanbaru Pos semakin mendapat tempat di hati masyarakat. Jumlah pembaca terus akan bertambah.

Hampir semua merek nasional bermitra dengan *Pekanbaru Pos*, seperti LG, Telkomsel, Indosat, Esia, Fleksi, Fren, Toyota, Daihatsu, Honda, Mitsubishi, Yamaha, Suzuki, Bank Mandiri, Bank Panin, Lippo, Hypermart, Carrefour, Ramayana, Matahari, Electronic Solution, Index Hardware, Sampoerna, Djarum, Gudang Garam, Garuda Indonesia, Sriwijaya Air, dan masih meneger Pemasaran)

Dari sisi sirkulasi dan *readership*, *Pekanbaru Pos* juga tumbuh pesat, menempatkan koran ini sebagai koran terkemuka di Riau. Dan terus dapat perhatian oleh masarakat yang lebih berita sebenarnya dari pada halaman yang penuh foto-foto bupati mereka yang sibuk seleweran. (media online: riau terkini, 2013)

Sejak awal kelahirannya, *Pekanbaru Pos* hadir dengan edisi *online* melalui *Pekanbaru Pos.com*. Pengunjung *www.Pekanbaru Pos.com* juga terus tumbuh. Jika pada awalnya, jumlah pengunjung rata-rata sekitar 40 (pengunjung unik) per

hari, sekarang ini sudah melebihi 100 pengunjung per hari, dengan lebih 80 pengunjung di antaranya mengakses *Pekanbaru Pos.com* melalui *handphone*. Ini lagi-lagi menempatkan *Pekanbaru Pos.com* sebagai situs berita surat kabar yang paling banyak pengunjungnya di Riau melalui via online.(Meneger LITBANG)

Harian Pekanbaru Pos terus melakukan inovasi untuk perkembangan media yang semakin baik dan profesional. Hal ini dibuktikan dengan kerja keras Harian Pekanbaru Pos dalam menyajikan informasi dan hiburan pada publik. Tidak terelakkan,

## **B. Rubrikasi**

Halaman depan menyajikan aneka peristiwa yang sangat penting. Halaman bidang (Nama Rubrik disesuaikan dengan kebijakan redaksi dan kebutuhan halaman pemberitaan) (sumber Pekanbaru Pos, di perbaharuhi, 20 maret 2011)

- a) Nasional menyajikan berita seputar nasional indonesia
- b) Komunikasi bisnis menyajikan berita seputar perkembangan dunia bisnis baik produk yang akan keluar ataupun ya telah keluar.
- c) Siak membangun menyajikan berita seputar siak dan bengkalis
- d) Rohil membangun menyajikan berita seputar bagan apai juga pasir pangaraian
- e) Metro rumbai berita perkembangan daerah rumbai dan rumbai pesisir
- f) Metro panam menyajikan berita seputaran daerah panam dan perkembangan pembangunannya
- g) Riauraya menyajikan berita berita perkembangan riau yang terbaru

- h) My school menyajikan berita seputar komunitas-komunitas unik yang ada di sekolah-sekolah di pekanbaru
- i) Politika menyajikan berita seputaran kebijakan politik, pileg, pilpres, dll
- j) Piala dunia menyajikan berita sepak bola piala dunia secara actual dan juga klasemen saat ini

### **C. Harga**

Pada penetapan harga produk sangat penting terhadap kebijakan strategi yang dilakukan karena harga dapat ikut menentukan menentukan posisi produk di pasar. Pekanbaru Pos dalam hal ini mengambil kebijakan harga dalam dua produknya hal yaitu :

#### **a. Surat kabar**

Harga surat kabar Pekanbaru Pos sangat bersaing, Rp. 2000 per eksemplar.

Harga surat kabar dari sirkulasi ke agen sebesar Rp. 1500, sementara dari agen ke loper dan pengecer Rp. 1600.

Kalau kita melihat keuntungan antara agen dan loper/pengecer, Agen mendapat keuntungan Rp. 300/eksamplar, sementara loper dan pengecer lebih banyak keuntungan yaitu Rp. 400/eksamplar, hal ini banyak tenaga pemasaran lebih memilih sebagai pengecer atau loper.

Untuk harga langganan Pekanbaru Pos menetapkan harga sebesar Rp. 45.000/bulan.

#### **b. Harga iklan**

Seperti surat kabar saingan, harga iklan order langsung pada Pekanbaru Pos juga sangat bersaing . adapun harga iklan pada saat ini adalah :

1. Display (Fullcolor) Rp. 20.000/mm
2. Display (b/w) Rp. 15.000/mm
3. Advetorial (fullcolor) Rp. 25.000/mm
4. Iklan duka cita instansi (b/w) Rp.10.000
5. Iklan duka cita keluarga (b/w) Rp. 5.000/mm
6. Iklan kolom Rp. 5.000/mm



STRUKTUR

Surat Kabar Pekanbaru Pos

Chairman  
H Rida K Liamsi

Presiden Komisaris  
H makmur SE,Ak

Wakil Presiden Komisaris  
Drs H sutrisno

Komisaris  
Drs H Khazzaini Ks

Direktur  
H Yurmalis SH

Pimpinan redaksi  
Saidul Tombang

General menager  
Sidul tombang

Litbang  
Buyung

Daktur Pelaksana  
M Syaifulah

Sek. Redaksi  
Mardian Rista

Manager Pemasaran  
H Romy t

Manager umum  
Susi demayanti

Manager pengembangan  
Guntur

Manager Iklan  
Dewi murniati

Maneger keuangan  
Widiarso

Maneger Produksi  
IfnardiyanSyah

Kordinator Peliputan  
Adnan buyung

Redaktur

Redaktur

Redaktur

Sumber : PekanbaruPos 2014